

МОДЕРНИЗАЦИЯ МЕТОДИКИ ОБОСНОВАНИЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «БЕЛСОЛОД»)*Лаврукович А.Л., 5 курс,**Жудро М.К., д.э.н., профессор,**УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»*

На основе обоснованных стратегических решений устойчивые перманентные условия для долгосрочного развития предприятия, создания конкурентных преимуществ и может явиться основным фактором успеха предприятия.

Разработка стратегии на белорусских предприятиях должна проводиться с использованием глубокой оценки эффективности функционирования предприятия, а также базироваться на постоянном мониторинге окружения предприятия, выявлении и учёте угроз и возможностей развития бизнеса при определении и корректировке целей деятельности предприятия и способов их реализации, прогнозировании тенденций изменения рыночной ситуации.

Инструментарий методологии обоснования оценки конкурентоспособности стратегических решений должен, с нашей точки зрения, включать оценки:

- инвестиционного климата предприятия, эффективности производственной деятельности;
- эффективности финансовой деятельности, рентабельности предприятия;
- финансового состояния предприятия, платёжеспособности предприятия;
- развития внутреннего и внешних традиционных и потенциальных рынков, угрозы изменения внутреннего правового поля и правовых условий стран импортёров, слабых и сильных сторон предприятия.

На примере ОАО «Белсолод» покажем агрегированный результат использования приведенного выше инструментария обоснования оценки конкурентоспособности стратегических решений.

Наиболее простым, а поэтом и распространённым подходом к выбору стратегии является модель Бостонской консалтинговой группы (BCG).

Предприятие ОАО «Белсолод» производит только один вид продукции солод пивоваренный светлый. Бизнес сегменты представлены в таблице и на рисунке.

Итак, стратегическими решениями для предприятия ОАО «Белсолод» по оптимизации своего бизнес-портфеля должна быть следующие решения:

**Для Звезд:** Стараться сохранить или увеличить долю своего бизнеса на рынке.

Таблица – Характеристика бизнес-областей ОАО «Белсолод» для модели BCG

Бизнес область	Темпы роста рынка, %	Относительная доля продукции на рынке, %(Объем продаж ОАО «Белсолод»/ крупнейшего конкурента)
Внутренний рынок	27,2	2
Рынок Российской Федерации	4,3	0,04
Рынок государств Средней Азии и Закавказья	14	0,2

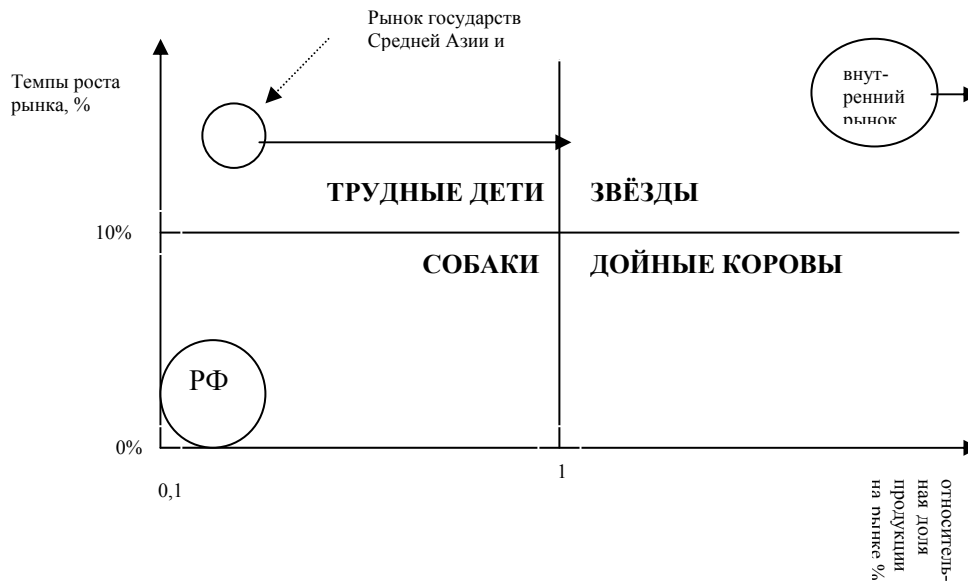


Рисунок – Обоснование стратегии для ОАО «Белсолод» с помощью модели BCG

**Для Трудных детей:** Либо идти на увеличение доли бизнеса на рынке, либо довольствоваться тем, что достигнуто, либо сокращать данный бизнес.

**Для Собак:** Довольствоваться своим положением, либо сокращать его, либо ликвидировать данный вид бизнеса в своей фирме.

Словом, модель даёт лишь возможный путь развития предприятия, не учитывая при этом в полной мере конъюнктуру рынков и эффективность функционирования предприятия в целом, возможные прогнозы развития бизнес-среды. Поэтому оценка того либо иного конкурентоспособного стратегического решения обоснованного вышеперечисленными моделями должна производиться на фоне применения агрегированного анализа эффективности функционирования предприятия, маркетингового исследования рынков и возможных прогнозов развития внешней среды предприятия.